

**Кульчицька Олена Олександрівна,**  
*студентка магістеріуму спеціальності «Документознавство та інформаційна діяльність», Національний університет «Острозька академія»*

### **СПЕЦИФІКА ПОДАННЯ ІНФОРМАЦІЇ ПРО СТАН ПІДГОТОВКИ УКРАЇНИ ДО ЄВРО-2012 У ПОЛЬСЬКИХ ТА УКРАЇНСЬКИХ ЗМІ**

*У статті проведено аналіз позиційної діяльності центральних органів виконавчої влади в процесі підготовки до чемпіонату Європи з футболу Євро-2012. Проаналізовано поняття «імідж» та значення в його формуванні засобів масової інформації. Прослідковано, які саме центральні органи виконавчої влади беруть участь в підготовці до Євро-2012, а також наведені власні практичні доробки у формі інтен-аналізу публікацій у польських та українських ЗМІ, що стосуються проведення фінальної частини чемпіонату з футболу Євро-2012 в Україні.*

**Ключові слова:** Євро-2012, інформаційно-позиційна діяльність, імідж, Україна, Польща.

*В статье проведен анализ позиционной деятельности центральных органов исполнительной власти в процессе подготовки к чемпионату Европы по футболу Евро-2012. Проанализировано понятие «имидж» и значение в его формировании СМИ. Прослежено, какие именно центральные органы исполнительной власти принимают участие в подготовке к Евро-2012, а также приведены собственные практические наработки в форме интент-анализа публикаций в польских и украинских СМИ, касающихся проведения финальной части чемпионата по футболу Евро-2012 в Украине.*

**Ключевые слова:** Евро-2012, информационно-позиционная деятельность, имидж, Украина, Польша.

*It was analyzed the positional information of central authorities in preparation for European Football Championship Euro-2012 in the article. It was analyzed the concept of «image»*

*and its importance in shaping the media. It was watched what central government involved in preparing for Euro 2012 and was given its own reserves in the form of practical intent-analysis of publications in Polish and Ukrainian media related to carrying out the finals of football championship Euro-2012 in Ukraine.*

**Keywords:** Euro-2012, informational and positional activities, image, Ukraine, Poland.

Актуальність обраної тематики зумовлена тим, що за півроку на Україну чекає грандіозна подія – на неї покладене проведення фінальної частини чемпіонату Європи з футболу Євро-2012 (Євро-2012), який проходитиме в Польщі та Україні з 8 червня по 1 липня. Перед українцями та українською владою зокрема поставлене важливе завдання – якісно підготуватися до проведення чемпіонату та гідно представити нашу країну на міжнародній арені.

До основних завдань центральних органів виконавчої влади України (ЦОВВ), окрім забезпечення матеріально-технічної та правової бази до проведення Євро-2012, входить створення та поширення позитивного іміджу України як співорганізатора Євро-2012. Для цього було залучено засоби масової інформації, які повинні були б висвітлювати реальні факти та події, які відбуваються в Україні напередодні чемпіонату, надавати максимально точні та об'єктивні дані, плани, що стосуються рівня підготовленості України до Євро-2012. Також, безумовно, налаштовувати реципієнтів на позитивне сприйняття всього масиву інформації та підвищувати імідж України всередині держави і поза її територіальними межами. Тому основним аспектом діяльності ЦОВВ стало формування позитивного іміджу України.

Ця проблема була висвітлена багатьма науковцями, дослідниками, експертами. Серед авторів, які досліджували питання формування іміджу держави, слід виділити Н.Качинську [4, с.252], яка займалася вивченням політичного іміджу держави, його структурними та комунікаційними компонентами; В.Терещука [9, с.161], який написав про електронний публік рілейшнз як засіб формування зовнішньополітичного іміджу держав; А. Демченко та В. Мажейка, які висвітлили наукові аспекти поняття «імідж»; Г. Почепцова [7, с.101], якого можна вважати одним із найбільших

експертів у галузі іміджелогії та інших. Що стосується державного управління, то тут варто говорити про В.Б. Авер'янова [2, с.269], який написав ряд підручників про органи виконавчої влади в Україні та про адміністративне право України; Р.А. Ковалю [5, с.223], який досліджував інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності органів державної влади; Т.М. Мотренка [8, с.66], який опублікував доповідь про основні результати діяльності Головного управління державної служби України та багато інших.

Мета цієї статті полягає в тому, щоб через дослідження поняття іміджу та інформаційно-позиційної діяльності ЦОВВ прослідкувати характер поданої в польських та українських ЗМІ інформації про стан підготовки України до Євро-2012, а також проаналізувати вплив цієї інформації та її роль у формуванні іміджу України.

В сучасному світі більшість людей звикли сприймати будь-яке явище чи подію через призму інформації, яку вони про неї отримують. І тому важливе місце у позитивному сприйнятті того чи іншого явища, людини, організації чи навіть держави займає формування їх іміджу. Для окремої держави формування її сприятливого образу є важливою складовою її успішності і визнання як серед громадян своєї країни, так і на міжнародній арені. Вдало сформований імідж держави є ознакою її успішної економічної, політичної, соціальної і інших видів політик. Імідж держави служить підтримкою авторитету країни на міжнародній арені, а позитивний образ держави дає більші можливості для просування та реалізації її національних інтересів.

Саме слово «імідж» англійського походження й дослівно перекладається як «образ» (від англ. «image»). Більшість довідників розкривають зміст поняття «імідж», трактуючи його як «образ, що формується цілеспрямовано», як «емоційно забарвлений образ, що склався в масовій свідомості та має характер стереотипу», або як «обмірковане уявлення чогось побаченого раніше» [4, с.260].

В сфері міжнародних відносин особлива роль належить створенню іміджу держави та іміджу її політичного лідера. Політичний імідж держави, на думку Д. Ольшанського, – «це уявний образ певної держави, що формується у свідомості громадян країни

та закордонної аудиторії. Він формується у процесі комунікативної взаємодії суб'єктів економічного, соціального та політичного життя як усередині країни, так і за її кордонами» [6, с.284].

Значну роль у формуванні іміджу відіграють саме *засоби масової інформації*. Оцінка їх ролі в цьому процесі неоднозначна. Р. Мнацаканян, наприклад, вважає, що факти, інтерпретації та образи, які задають ЗМІ, заважають суспільству створювати власну думку про об'єкт [3]. Проте з іншого боку за допомогою ЗМІ може формуватися в очах світової громадськості позитивний образ держави, почуття симпатії до неї, а в разі потреби – антипатії й осуду стосовно інших держав.

Позиціонування держави на світовій арені, створення бренду держави та вміле управління ним, або так званий брендинг країни, в сьогоdnішніх реаліях набуває все більшої ваги. Мистецтво творення позитивного іміджу країни завдяки підкресленню її переваг, розкриттю різних аспектів ідентичності, а також креативній, продуманій роботі, спрямованій на нівелювання негативних асоціацій, об'єктивних чи суб'єктивних, на їх перепрограмування, є відносно новим інструментарієм в арсеналі засобів реалізації української внутрішньої та зовнішньої політики. Результатом успішного брендингу стає певний образ держави, що включає і її минуле, і сучасне, і бачення народом свого майбутнього; це її дух, який впливає на асоціативному, майже підсвідомому рівні, але за яким стоїть титанічна цілеспрямована робота держави. Вдалий брендинг країни – могутній засіб впливу на світову громадську думку. В умовах, коли імідж держави в колективних очах світу може означати як нескінченний потік інвестицій та туристів, так і майже повне забуття та відкидання на маргінес цивілізації, цілеспрямована робота з іміджем держави набуває значення стратегічного пріоритету [1].

Що стосується іміджу та позиціонування України, то на сьогднішній день вона не має цілісної політики щодо можливого поліпшення власного позиціонування в світовому інформаційному просторі, а тим більше – щодо сприяння формуванню чітко визначеного бренду держави у відповідності до потреб української держави. Спостерігається недостатня поінформованість світової спільноти про Україну, неадекватність її міжнародного іміджу,

відсутність ефективного брендингу нашої держави, що в свою чергу зумовлює необхідність (особливо напередодні Євро-2012) більш інтенсивного застосування технологій інформаційного позиціонування та інформаційного впливу з метою досягнення адекватної національним інтересам інформаційної присутності України у світі.

Вже не раз було акцентовано увагу на тому, що в процесі підготовки до фінальної частини чемпіонату Європи з футболу Євро-2012 величезний об'єм роботи лягає саме на центральні органи виконавчої влади. Їхня роль є чи не найважливішою в процесі організації, адже саме ЦОВВ скеровують та координують не лише свою роботу, а і роботу всіх інших відповідальних структур та делегують їм їхні основні обов'язки. Відтак, до проведення в Україні фінальної частини чемпіонату Європи 2012 року з футболу залучено 25 центральних та 7 місцевих органів виконавчої влади, а також 6 органів місцевого самоврядування [8, с.66]. На кожного з них покладено окремі завдання відповідно до їх компетенції та сфери діяльності.

Для того, щоб переконатися в ефективності інформаційно-позиційної діяльності вище перелічених центральних органів виконавчої влади в процесі підготовки до Євро-2012, було проведено дослідження, метою якого був аналіз публікацій в засобах масової інформації, що стосуються теми підготовки та проведення Євро-2012 в Україні, та характер поданої інформації в публікаціях у ЗМІ України та Польщі.

Для проведення дослідження було використано інтент-аналіз, завдяки якому можна найкраще визначити характер публікації, інтенції, приховані та неприховані наміри авторів статей.

Інтент-аналіз – з англ.: «intent» – значення, зміст, сенс, тобто аналіз власних міркувань, поглядів, припущень, непрямий антонім контенту – з англ.: «content» – обсяг, об'єм. Суть інтент-аналізу в тому, що всі елементи тексту, який аналізують, розглянуто послідовно один за одним, кваліфікують за їхньою цільовою орієнтацією або інтенціональним змістом. Наприклад, у політичному тексті конфліктного спрямування фразу «Де маршали і генерали, які виросли на народні гроші, а сьогдні мовчать?» кваліфікують як вираження інтенції обвинувачення, фразу «Всі свої

знання, свої сили, все, що маю, віддам країні» – як вираження інтенції обіцянки тощо. За сукупністю таких інтерпретацій можна сформувати своєрідну суб'єктивну «картину світу» того, хто говорить.

Об'єктом інтеннт-аналізу стали публікації в друкованих виданнях України та Польщі, матеріали інформаційного агентства та телеканалу, які несуть в собі інформаційне повідомлення про майбутній чемпіонат, фінальна частина якого буде проводитися саме в Україні; а предметом – характер цих публікацій та матеріалів, приховані інтенції, наміри автора та їх смислове навантаження.

Метою дослідження було визначення характеру повідомлень в друкованих ЗМІ України та Польщі, матеріалах інформаційного агентства та телеканалу, які повідомляють про підготовку та проведення Євро-2012, інформаційної насиченості та смислового навантаження, а також підтексту цих публікацій, в якому виявляється позитивне/негативне ставлення авторів та замовників статей; виявлення та ідентифікація висловлених у текстах інтенцій авторів.

Під час дослідження усього було проаналізовано 20 статей [11-30], які були опубліковані в українських та польських ЗМІ за період березень – грудень 2011 року та жовтень – грудень 2011 року відповідно. Інформація була відібрана із державних друкованих видань України («Урядовий кур'єр», «Магістраль»), з Інформаційного центру «Євро-2012», з Першого Національного каналу України «УТ-1», із польських газет «Gazeta Wyborcza» та «Rzeczpospolita».

Під час проведення інтеннт-аналізу було отримано і узагальнено емпіричну інформацію. Для аналізу статей набір інтенцій виявився достатнім: з 27 використовувалися 26. В жодній статті не було виявлено інтенції «погрози», що свідчить про певний рівень миролюбства та відсутність агресії.

В українських публікаціях найчастіше зустрічалися такі інтенції, як «аналіз» (73 рази), «інформація» (61 раз), «аналіз (+)» та «заспокоєння аудиторії» (по 27 разів) і «презентація» (18 разів). Найрідше – «звинувачення», «відведення критики», «відведення звинувачень», «відмова у запиті», «дискредитація» та «безособове викриття» (по одному разу кожна).

Такі результати говорять про те, що поданий матеріал опирається частіше на звичайний аналіз чіткої інформації, подання точних фактів та даних. Автори намагалися максимально зменшити виявлення будь-яких емоційних забарвлень та оціночних суджень. Єдине, що відразу привертає увагу, це інтенція «заспокоєння аудиторії». Однак, враховуючи останні показники готовності України до Євро-2012, які показують невисокий рівень та виконання всіх робіт в максимально крайні строки, авторам тільки й те залишається, що заспокоювати реципієнтів повідомлень. Хоча варто віддати належне центральним органам виконавчої влади принаймні в тому, що вони висвітлюють правдиву інформацію, якою б невтішною вона не була.

А в польських публікаціях було отримано наступні результати. Найчастіше зустрічалися такі інтенції: «інформація» (47 разів), «аналіз» (46 разів), «аналіз (–)» та «критика» (по 15 разів) та «оцінювання (+)» (12 разів). Що стосується найменш вживаних інтенцій, то це «самовиправдання», «самозбереження», «протистояння», «презентація» (по одному разу) та «розмежування» (2 рази).

Як виявляється, в польських ЗМІ також максимально критично та достовірно подано інформацію з метою повідомити та проаналізувати. Якщо навіть порівняти загальну картину, то в польських ЗМІ за результатами аналізу використано загалом менше інтенцій (228 проти 293 в українських ЗМІ).

Проте тут варто говорити не лише про кількість, а й про якість. В українських статтях автори часто намагалися заспокоїти реципієнтів, викладаючи всю правдиву інформацію, однак вони дуже рідко вдавалися до деструктивної критики поляків та рівня їх підготовки, акцентуючи увагу на власних проблемах, що не можна сказати про польські ЗМІ. Наші співорганізатори часто вдають до негативної характеристики діяльності органів, які залучені в підготовці до Євро-2012. На нашу адресу часто були застосовані інтенції «критики», «звинувачення», «викриття», «дискредитації» та інші такого ж характеру. В свій бік польські ЗМІ використовували інтенції «неявної самопрезентації», «аналіз (+)» та «оцінювання (+)». Тобто якщо в статтях і були зафіксовані інтенції з негативним емоційним забарвленням, то практично у всіх випадках вона стосувалися саме України.

Для кращого розуміння і наочності варто навести кілька прикладів. «За день до офіційного відкриття стадіону у Львові, який є однією з арен для чемпіонату Європи з футболу в 2012 році, він нагадує руїни»; «Стадіони красиві, але транспорт жахливий»; «Більшість пунктів перетину кордону через Україну, побудовані або відремонтовані з метою футбольних чемпіонатів Європи, не будуть готові в строк»; «З 2008 року, коли обидві країни отримали право на загальній організації турніру, українські установи, відповідальні за модернізацію або будівництво переходів, використовували лише 18,3% відведених для цього коштів»; «У нинішній системі українська міліція рідко несе відповідальність за свої дії. Офіцери часто зловживають владою для вимагання грошей, або катують затриманих аби змусити їх зізнатися, щоб не складати акти»; «Навіть команди, які гратимуть під час Євро-2012 в Україні, хочуть жити в Польщі» та багато інших фраз в такому ж дусі.

На противагу такій інформації, в польських ЗМІ часто піднімається тема про те, що майже всі країни-учасники та вболівальники виявили бажання проживати саме в Польщі, а не в Україні. Ось кілька цитат: «У Польщі почалася хвиля будівництва нових автомобільних доріг і більшість з них будуть готові до початку турніру. Завдяки тому життя людей там буде легше»; «Цікаво, що наш Славек коштує на 150 грн. менше (може, в Польщі, навпаки, а може, це перша решітка між співорганізаторами Євро-2012?)»; «Бажання потрапити до групи поляків заявив також тренер Чехії Міхал Білек. – Якби я міг вибирати, то поставив би на групу поляків, так як це означало б матчі у Варшаві та Вроцлаві»; «Про групу з поляками мріє – за даними газети «Le Figaro» – також тренер збірної Франції Лоран Блан»; «В групі з Польщею, Грецією і Чехією – за даними британських журналістів – хотіли б бачитися Головний тренер збірної Англії Фабіо Капелло»; «Ще до жеребкування, переважна більшість учасників заявили, що вони хочуть мати бази в Польщі»; «Але англійці закохалися у Краків та навіть знищений стадіон «Хутнік», де вони мали тренуватися, не маючи проблем»; «Гданськ – це кохання з першого погляду – пояснює Вольфганг Нерсбах, секретар німецької федерації футболу. – Навіть якщо доля змушує нас грати в Україні, все вирішено. Ми будемо літати». Мабуть, не варто продовжувати цей перелік.

Агресивність та негативне налаштування на співпрацю з боку польського уряду проявляється в доволі м'якій та делікатній формі (що доводить відсутність відповідних інтенцій), проте навіть не потрібно читати «між рядків» – чітко видно, що Польща критикує Україну і не вважає її повноцінним співорганізатором Євро-2012.

Отже, українські ЗМІ, діяльність яких контролюється центральними органами виконавчої влади, максимально вірогідно, достовірно та правдиво висвітлюють всю інформацію та не вдаються до деструктивної критики наших сусідів. Такий висновок не має нічого спільного із польськими ЗМІ, які просто намагаються принизити Україну, вказуючи на всі недоліки та прогнозуючи їй повний провал у підготовці до фінальної частини чемпіонату з футболу Євро-2012. Однак ЦОВВ України гідно приймають виклик та намагаються відвести критику наданням чітких фактів та даних про всю діяльність та виконану роботу.

Аби підвести логічну лінію в цьому питанні, варто сказати, що, не зважаючи на деякі негативні аспекти в підготовці України до Євро-2012, можна сподіватися на те, що правдивість та об'єктивність, яка прослідковується в українських ЗМІ, зможе принести Україні позитивний імідж на міжнародній арені. І якщо це не буде стосуватися хорошої технічної підготовки чи наявності всього матеріального забезпечення, то так чи інакше українці скористаються можливістю показати себе як самокритичну, максимально об'єктивну, справедливую та гостинну націю.

### Література:

1. Ukraine. Вступ. [Електронний ресурс] / Міністерство закордонних справ України. – Режим доступу : <http://brandukraine.org/ua>. – Заголовок з екрану (8.12.2011).
2. Виконавча влада і адміністративне право / За заг. ред. В.Б. Авер'янова. – К.: Видавничий Дім «Ін-Юре», 2002. – 668 с.
3. Імідж України і Росії в умовах політичних змін [Електронний ресурс] : Пост-реліз круглого столу «Чи можна створити імідж України у світі за 5 тисяч доларів?». – Режим доступу : [www.epravda.com.ua/press/4a0132f1c7502](http://www.epravda.com.ua/press/4a0132f1c7502). – Заголовок з екрану (8.01.2012).
4. Качинська, Н.О. Політичний імідж держави: структурні та комунікаційні компоненти феномену [Текст] / Н. О. Качинська // Гілея. – 2009. – Вип. 19. – С.252-262.

5. Коваль, Р.А. Інформаційно-аналітичне забезпечення діяльності органів державної влади [Текст] / Р.А. Коваль // Теорія та практика державного управління : зб. наук. праць. – Х. : Вид-во ХарПІ НАДУ «Магістр», 2006. – № 1 (113). – С. 223-226.

6. Ольшанский, Д.В. Политический консалтинг [Текст] / Д.В. Ольшанский, В.Ф. Пеньков. – СПб.: Питер, 2005. – 448 с.

7. Почепцов, Г. Г. Имиджология: теория и практика [Текст] / Г.Г. Почепцов. – К., 1998. – С.101.

8. Професійна державна служба: що зроблено і що далі? [Текст] / За ред. Т. Мотренка // Публічна доповідь про основні результати діяльності Головного управління державної служби України у 2008 році. – К. : Головне управління державної служби України, 2009. – 123 с.

9. Терещук, В.І. Електронний PR як засіб формування міжнародного іміджу України // Науковий вісник Чернівецького університету: Збірник наукових статей. Історія. Політичні науки. Міжнародні відносини. – Вип. 325-326. – Чернівці: Рута, 2007. – С.161-165.

10. Укрінформ-Спорт. Футбол 2012 [Електронний ресурс] / Організатори Євро-2012. – Режим доступу: <http://www.sport.ukrinform.ua/organizers/>. – Заголовок з екрану (14.12.2011).

11. Euro 2012. Amnesty International: Ukraina musi zreformować policję [Електронний ресурс] / Gazeta Wyborcza. – Режим доступу : [http://www.sport.pl/euro2012/1,109078,10750325,Euro\\_2012\\_Amnesty\\_International\\_Ukraina\\_musi\\_zreformowac.html](http://www.sport.pl/euro2012/1,109078,10750325,Euro_2012_Amnesty_International_Ukraina_musi_zreformowac.html). – Заголовок з екрану (2.12.2011).

12. Euro 2012. Kolesnikow: główne zadania to transport, drogi i kadry [Електронний ресурс] / Gazeta Wyborcza. – Режим доступу : [http://www.sport.pl/euro2012/1,109078,10679869,Euro\\_2012\\_Kolesnikow\\_glowne\\_zadania\\_to\\_transport\\_.html](http://www.sport.pl/euro2012/1,109078,10679869,Euro_2012_Kolesnikow_glowne_zadania_to_transport_.html). – Заголовок з екрану (21.11.2011).

13. Euro 2012. Ukraina nie zdąży z przygotowaniem przejść granicznych [Електронний ресурс] / Gazeta Wyborcza. – Режим доступу : [http://www.sport.pl/euro2012/1,109078,10643076,Euro\\_2012\\_Ukraina\\_nie\\_zdazy\\_z\\_przygotowaniem\\_przejsc.html](http://www.sport.pl/euro2012/1,109078,10643076,Euro_2012_Ukraina_nie_zdazy_z_przygotowaniem_przejsc.html). – Заголовок з екрану (14.11.2011).

14. Losowanie Euro 2012. Kijów żyje losowaniem, czyli tajemnica sierotek UEFA [Електронний ресурс] / Gazeta Wyborcza. – Режим доступу : [http://www.sport.pl/euro2012/1,109078,10747263,Losowanie\\_Euro\\_2012\\_Kijow\\_zyje\\_losowaniem\\_czyli.html](http://www.sport.pl/euro2012/1,109078,10747263,Losowanie_Euro_2012_Kijow_zyje_losowaniem_czyli.html). – Заголовок з екрану (2.12.2011).

15. Otwarcie stadionu we Lwowie bez prezydenta Janukowycza [Електронний ресурс] / Rzeczpospolita. – Режим доступу : <http://www.rp.pl/artykul/649466,741884-Otwarcie-stadionu-we-Lwowie-bez-prezydenta-Janukowycza.html>. – Заголовок з екрану (30.10.2011).

16. Pilkarze wolą latać na Ukrainę, a mieszkać w Polsce [Електронний ресурс] / Gazeta Wyborcza. – Режим доступу : [http://wyborcza.pl/1,75248,10833534,Pilkarze\\_wola\\_latac\\_na\\_Ukraine\\_a\\_mieszac\\_w\\_Polsce.html](http://wyborcza.pl/1,75248,10833534,Pilkarze_wola_latac_na_Ukraine_a_mieszac_w_Polsce.html). – Заголовок з екрану (17.12.2011).

17. Stadiony piękne, ale transport fatalny [Електронний ресурс] / Rzeczpospolita. – Режим доступу : <http://www.rp.pl/artykul/500485,748935-ME-2012---Kallen-chwali-Polske-i-Ukraine-za-stadiony.html>. – Заголовок з екрану (8.11.2011).

18. Tylko trzy zespoły zamieszkają na Ukrainie [Електронний ресурс] / Rzeczpospolita. – Режим доступу : <http://www.rp.pl/artykul/55270,769665-ME-2012---13-reprezentacji-bedzie-mieszac-w-Polsce.html>. – Заголовок з екрану (14.12.2011).

19. Ukraińskie media: Stadion we Lwowie to ruina [Електронний ресурс] / Rzeczpospolita. – Режим доступу : <http://www.rp.pl/artykul/500484,741321-Ukrainskie-media--Stadion-we-Lwowie-to-ruina.html>. – Заголовок з екрану (28.10.2011).

20. Zadania dla Ukrainy [Електронний ресурс] / Rzeczpospolita. – Режим доступу : <http://www.rp.pl/artykul/649466,757682-ME-2012--glowne-zadania-to-transport--drogi-i-kadry.html>. – Заголовок з екрану (21.11.2011).

21. Особливості національної трансляції Євро-2012 [Електронний ресурс] / А. Ніколаєва // Інформаційний центр «Україна-2012». – Режим доступу : <http://ukraine2012.gov.ua/news/196/51222/>. – Заголовок з екрану (16.12.2011).

22. Повний стадіон – більше емоцій [Електронний ресурс] / О. Головко, В. Рекунов // Урядовий кур'єр. – Режим доступу : <http://www.ukurier.gov.ua/uk/articles/povnij-stadion-bilshe-emocij/>. – Заголовок з екрану (3.03.2011).

23. Стадіон здали, але доведеться ще попрацювати [Електронний ресурс] / О. Мельник // Урядовий кур'єр. – Режим доступу : <http://www.ukurier.gov.ua/uk/articles/stadion-zdali-ale-dovedetsya-sheporacuyati/>. – Заголовок з екрану (1.11.2011).

24. Сумнівів, що Україна гідно прийме Євро-2012, немає [Електронний ресурс] / Урядовий кур'єр. – Режим доступу : <http://www.ukurier.gov.ua/uk/articles/sumniviv-sho-ukrayina-gidno-prijme-yevro-2012-nema/>. – Заголовок з екрану (6.04.2011).

25. Телевізійні трансляції матчів «Євро-2012» в Україні [Електронний ресурс] / Перший національний канал. – Режим доступу : <http://1tv.com.ua/uk/about/news/2011/12/02/12296>. – Заголовок з екрану (2.12.2011).

26. Укразалізня планує посилити заходи безпеки під час проведення Євро-2012 [Електронний ресурс] / Магістраль // Прес-центр.

– Режим доступу : <http://www.magistral-uz.com.ua/news/ukrzaliznicja-planue-posiliti-zahodi-bezpeki-pid-chas-provedennja-evro2012.html>. – Заголовок з екрану (15.12.2011).

27. Фанатові підійде й хата [Електронний ресурс] / О. Головка // Урядовий кур'єр. – Режим доступу : <http://www.ukurier.gov.ua/uk/articles/fanatovi-pidijde-j-hata>. – Заголовок з екрану (23.11.2011).

28. Фінальна арена Євро-2012 почала приймати екскурсії [Електронний ресурс] / Інформаційний центр «Україна-2012». – Режим доступу : <http://ukraine2012.gov.ua/news/194/51226/>. – Заголовок з екрану (16.12.2011).

29. Чи зможе чемпіонат з футболу Євро-2012 допомогти розвіяти стереотипи про Україну і українців? [Електронний ресурс] / Перший національний канал. – Режим доступу : <http://1tv.com.ua/uk/news/2011/12/09/12679>. – Заголовок з екрану (9.12.2011).

30. Яким має бути народний гімн до Євро? [Електронний ресурс] / Інформаційний центр «Україна-2012». – Режим доступу : <http://ukraine2012.gov.ua/news/182/51225/>. – Заголовок з екрану (16.12.2011).